

# “En las redes sociales, tendemos a perder el control de nuestra personalidad”

Ricard  
de Ruiz  
de Querol

Director de Impact Hub  
Barcelona, una red  
internacional de espacios  
de trabajo colaborativo

Facebook, Twitter, Instagram, Google+, Whatsapp... Las redes sociales cada día acumulan más poder en forma de conocimiento y datos personales de los usuarios. Año a año, se incrementa el tiempo de permanencia en ellas, mientras algunos expertos alertan de que suponen una alteración en la percepción de la realidad y en el comportamiento respecto a la era analógica. ¿Un paso más en el progreso de la humanidad o una peligrosa deriva? Ricard Ruiz de Querol, analista con una larga trayectoria en el estudio de la sociedad de la información, deja en manos de cada uno la conveniencia de su uso, pero matiza que su intención es extraer nuestra información personal con fines económicos.

**¿Las redes sociales nos hacen menos inteligentes?** Las redes sociales no hacen nada por sí mismas, sino que son instrumentos que podemos emplear de una manera inteligente o no. Pero esto es algo que depende del usuario que está frente a ellas. Dicho esto, es innegable que en ellas impera, por la propia inmediatez del medio electrónico, un hábito de la satisfacción inmediata. Es decir, un “quiero esto y lo quiero ya mismo”, que es algo que Internet muchas veces te concede. En este sentido, las redes sociales nos vuelven más impacientes, más ansiosos por ir saltando de un contenido a otro sin pararnos para tomar aire y reflexionar sobre lo que estamos viendo o leyendo.

**¿Perdemos demasiado tiempo en ellas?** Eso es algo que debe juzgar cada persona. Más allá de las redes, en Internet, hay muchas otras cosas interesantes que descubrir, pero que reclaman un esfuerzo, un “ponerse la chaqueta y salir

a la calle”. Son cosas que, muchas veces, son incompatibles con estar activamente dentro de una red social muchas horas al día. Hay que escoger.

**Dicen que, ahora, estamos más informados que antes gracias a las redes sociales, pero ¿lo hacemos con la misma profundidad?** En la era anterior, podías leer extensos y profundos artículos sobre los más variados temas porque tenías tiempo, dado que la cantidad de información que recibías era limitada a la tecnología y a la capacidad del papel. Ahora, ya no ves artículos de este tipo porque la avalancha informativa nos hace tener la sensación de que siempre hay algo nuevo por leer. Sin embargo, este nuevo signo de los tiempos, que es la era digital, no es incompatible con los textos largos y profundos. Simplemente no están porque vivimos abrumados por la “sobreinformación” y esta es una sensación que las redes sociales, lejos de disipar, han acrecentado.

**¿Esta “sobreinformación” nos hace más manipulables como individuos en las redes sociales que en la calle?** Sí, porque la información no nos llega de una sola dirección, sino amplificada desde diversos puntos y contactos. Esto hace que, muchas veces, la sobrevaloremos para luego olvidarla enseguida e ir a buscar otras cosas. Actuamos de una manera muy superficial, siempre en busca de la satisfacción inmediata y sin contrastar, y ello nos hace más vulnerables.

**¿Perdemos el control de nuestro destino y nuestra personalidad en las redes sociales?** Una vez más, hay que subrayar que todo depende de la actitud del usuario frente a la red social en la que esté. Él decide qué dice y qué se guarda para sí o para otro ámbito, ya sea público o pri-

vado. Pero, en general, la mayoría de los usuarios sí tendemos a perder el control de nuestra personalidad por la simple razón de que las redes sociales están pensadas para ese fin. Es decir, sirven para mover los datos de un individuo de un lugar a otro, de manera que generen datos y estadísticas que luego sirvan al negocio publicitario. Así, resulta que te sacan una foto en un evento social al que acudes una tarde y, al día siguiente, la foto aparece en Google, vía Instagram, sin que tú lo sospecharas. Puede que te haga gracia, pero el hecho objetivo es que tú no has controlado un contenido que te atañe como persona.

**¿El valor de la privacidad ha perdido fuerza debido al uso de las redes sociales?** Va a la baja. Esto se debe a que el negocio de las redes está en conocer la privacidad de los usuarios para generar datos y mejorar la eficacia de la publicidad que ofrecen.

**¿Esto se puede controlar?** Se pueden usar redes sociales más seguras en cuanto a la privacidad. Por ejemplo, Whatsapp, donde los contenidos no son nunca públicos. Facebook compró el año pasado Whatsapp y también lo intentó con Snapchat, una plataforma donde los mensajes se destruyen. Sabían lo que compraban, ya que la gente cada vez pasa más rato en estos sitios porque valoran su privacidad.

**¿Las redes sociales más populares tienen la misma voluntad de servicio que al principio?** Tanto ahora como al principio su única intención es ganar dinero, lo que no quiere decir que sean malas. Es un negocio del que somos clientes y en el que pagamos con nuestra privacidad. Ahora bien, no nos creamos que hacen las cosas por amor al arte.

✚ [www.consumer.es](http://www.consumer.es)

